

ANALISIS PERBANDINGAN KEMASAN PROGRAM ACARA TELEVISI *FRANCHISE* “Eat Bulaga! Filipina” DAN “The New Eat Bulaga! Indonesia”

Annisa Devi Nurrul Kurniawati

ABSTRAK

Persaingan antar stasiun televisi untuk menampilkan program acara televisi terbaiknya sangatlah ketat, salah satunya dengan format program acara televisi *variety show*. “The New Eat Bulaga! Indonesia” salah satunya, program acara televisi ini merupakan program acara televisi *franchise* dari luar negeri, “Eat Bulaga! Filipina”. Kedua program memiliki latarbelakang yang berbeda sehingga memerlukan penyesuaian untuk “Eat Bulaga! Filipina” ditayangkan di Indonesia. Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah cara penyajian atau kemasan program acara televisinya. Maka penelitian ini memilih cara penyajian atau kemasan, elemen kemasan yang akan dianalisis berdasarkan teori dari Morissan.

Penelitian dilakukan secara komparatif, membandingkan kemasan kedua program, untuk mengetahui sejauh mana persamaan dan perbedaannya. Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data dokumen dan observasi. Analisis data dilakukan dengan mendeskripsikan temuan yang ditemukan dari kedua objek penelitian. Elemen kemasan yang diteliti terdiri dari; *host*, busana, *setting*, dan *bumper*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persamaan dari kedua program cukup banyak, sedangkan perbedaan ada di beberapa bagian. Adanya persamaan dan perbedaan pada program ini bisa dikatakan diperoleh dari asal program acara televisi “Eat Bulaga! Filipina” yang di-*franchise*-kan, “The New Eat Bulaga! Indonesia” sebagai penerima *franchise* yang melakukan perubahan berdasarkan kesepakatan dengan pihak pemberi *franchise*.

Kata Kunci: kemasan program, *variety show*, komparasi program *franchise*, “Eat Bulaga! Filipina”, “The New Eat Bulaga! Indonesia”

PENDAHULUAN

Perkembangan tren program acara televisi selama kurang lebih 5 tahun ini kebelakang ini, cenderung menyajikan program-program acara televisi dengan konsep *franchise*. Konsep yang lebih populer digunakan pada usaha produk konsumsi, minimarket, kesehatan dan kecantikan, otomotif, dan bidang manufaktur lainnya menjadi alternatif pilihan produksi program acara televisi. Istilah *franchise* dalam Bahasa Indonesia adalah Waralaba. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Waralaba berarti hak untuk menjalankan usaha atau bisnis didaerah yang telah ditentukan. Andi Fachrudin dalam bukunya juga menyebutkan:

“...Konsep waralaba atau *franchise* pada industri televisi berkaitan dengan hak memproduksi, hak siar, dan hak eksklusif (komersial), maka setiap stasiun televisi harus menerapkan system perjanjian dengan mekanisme lisensi untuk membeli hak siar atau *franchise*-nya sekaligus” (Fachrudin, 2015: 85).

Mayoritas program acara televisi *franchise* di Indonesia berasal dari luar negeri, seperti; Amerika, Belanda, Inggris, Mexico, dan Filipina. Suatu hal yang perlu diperhatikan dalam tren program acara televisi *franchise* ini adalah pihak *franchisor* (Pemberi *Franchise*) berasal dari luar negeri yang memiliki latarbelakang budaya dan tradisi yang berbeda dengan Indonesia. Artinya pihak stasiun televisi sebagai *franchisee* (Penerima *franchise*) memerlukan penyesuaian nilai-nilai dan norma-norma dalam bentuk penyajiannya agar dapat diterima oleh penonton di Indonesia. Dalam penyajiannya pun pihak stasiun televisi juga menyesuaikan dengan tren yang sedang berkembang di Indonesia sendiri agar lebih dekat dan menarik perhatian penonton. Oleh sebab itu, penelitian ini dibuat karena mengamati sebuah fenomena program acara televisi *franchise* yang belakangan menjadi salah satu alternatif dalam memproduksi sebuah program acara televisi khususnya program berformat *variety show*.

Program acara televisi *franchise* berformat *variety show* di Indonesia, salah satunya adalah “The New Eat Bulaga! Indonesia”. Program ini merupakan program *franchise* yang program aslinya dari Filipina, “Eat Bulaga! Filipina”. “Eat Bulaga! Filipina” merupakan program *variety show* terlama di Filipina. Ditayangkan sejak tahun 1976 di GMA Network. Program ini menjadi program populer di slot penayangan siang hari. Program ini diambil di dua lokasi berbeda, lokasi pertama di studio dan lokasi kedua di daerah lokal yang dipilih. Ketika program siaran langsung masing-masing *host* di dua lokasi saling terhubung di segmen tertentu bahkan kendali dari permainan bisa dilakukan oleh *host* di studio. Indonesia menjadi negara pertama program ini *franchise*-kan programnya.

Sebelumnya program “The New Eat Bulaga! Indonesia” pernah ditayangkan oleh SCTV dengan nama Eat Bulaga! Indonesia. Setelah program menghentikan masa siarannya, hak siar dari program ini diambil alih oleh ANTV. Beberapa pembaruan dilakukan dalam program “The New Eat Bulaga! Indonesia” yang masih merupakan program *franchise* dari “Eat Bulaga! Filipina”. Sama halnya dengan program “Eat Bulaga! Filipina” program ini memiliki konsep yang serupa serta dilakukan pengambilan gambar di dua lokasi yang berbeda. Hanya saja waktu penayangan program ini berbeda, “The New Eat Bulaga! Indonesia” ditayangkan mulai pukul 8 pagi. Tentunya ada penyesuaian cara penyajian program “Eat Bulaga! Filipina” ke “The New Eat Bulaga! Indonesia” agar menarik perhatian penonton.

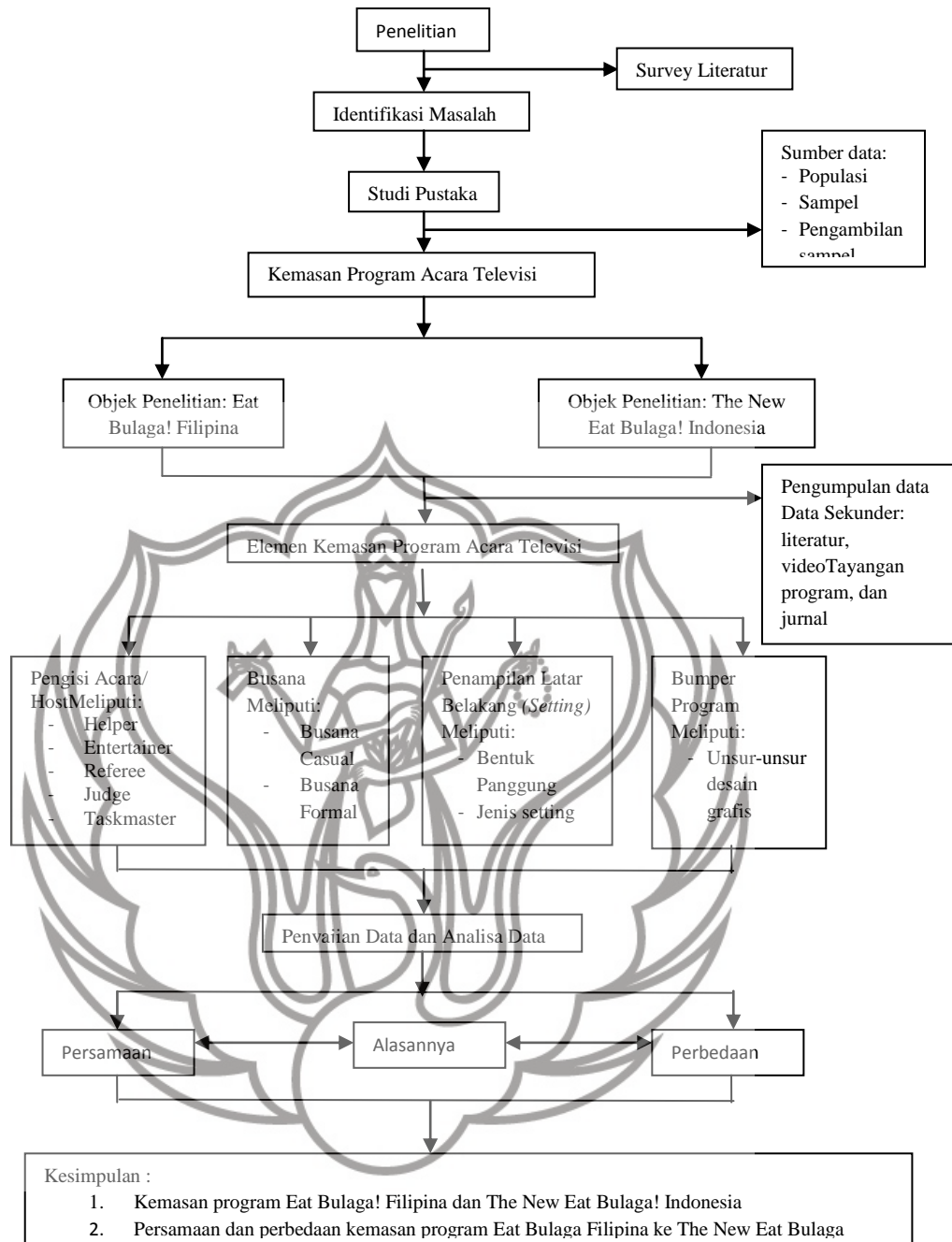
“Eat Bulaga! Filipina” dan “The New Eat Bulaga! Indonesia” mempunyai banyak kesamaan yang dikemas juga dengan format penyajian yang sama, meskipun memiliki kesamaan, kedua program ini memiliki banyak perbedaan, salah satunya dalam kemasannya, keduanya berlomba untuk menarik perhatian penonton di negaranya masing-masing sehingga program harus dibuat semenarik mungkin. “The New Eat Bulaga! Indonesia” sendiri memiliki pekerjaan yang lebih berat untuk menarik perhatian penonton selain dikarenakan harus menyesuaikan materi programnya dengan penonton di Indonesia, program ini juga harus memperbarui kemasan programnya mengingat program ini pernah ditayangkan sebelumnya di stasiun televisi berbeda untuk lebih menarik perhatian penonton. Cara penyajian program atau kemasan menjadi salah satu faktor untuk menarik perhatian penonton serta memberikan kesan pertama yang baik. Cara penyajian atau kemasan disebutkan dalam buku *Manajemen Media Penyiaran Strategi mengelola Radio dan Televisi* yang ditulis Morissan, Kemasan suatu program yang mencakup antara lain misalnya: pembawa acara (*presenter*), busana yang dikenakan, penampilan latar belakang (*setting*), *bumper* program yang menarik (Morissan, 2011:284).

Kemudian muncul pertanyaan yang disusun menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: 1) Bagaimana Elemen Kemasan Program Acara Televisi Franchise “Eat Bulaga! Filipina”?, 2) Bagaimana Elemen Kemasan Program Acara Televisi Franchise “The New Eat Bulaga! Indonesia”?, serta 3) Apa Persamaan dan Perbedaan kedua objek penelitian, apa alasannya?

Guna menjawab hal tersebut jenis dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian komparatif dengan metode deskriptif secara kualitatif, jenis dan metode penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber terpercaya yang kemudian dianalisis menggunakan teori-teori yang sesuai dengan bidang keilmuan.

Tujuannya untuk memahami elemen kemasan program dari negara asal konsep *franchise*-nya, memahami elemen kemasan program *franchise* di stasiun televisi di Indonesia, dan untuk mengetahui program *franchise* “Eat Bulaga! Filipina” ke “The New Eat Bulaga! Indonesia” di stasiun televisi di Indonesia.

Adapun skema pada penelitian ini adalah:



Teori kemasan yang digunakan pada penelitian ini diambil dari buku Manajemen Media Penyiaran, yang ditulis oleh Morissan. “Kemasan bagi pengelola program penyiaran kemasan dapat diartikan segala sesuatu yang dilakukan untuk menarik perhatian audien melalui penampilan (*appereance*) suatu program yang mencakup antra lain misalnya: pembawa acara (*presenter*), busana yang dikenakan, penampilan latar belakang (*background*), *bumper*program yang menarik. Kemasan

program menjadi daya tarik bagi konsumen untuk memberikan perhatian pada suatu program untuk memberi kesan pertama yang baik” (Morissan, 2011: 284).

Berikut penjabaran dari masing-masing sub kategori kemasan:

1. Pembawa Acara (*presenter*)

Pembawa acara sebagai bagian dari pengisi acara adalah orang yang muncul di layar televisi untuk menyampaikan pesan, gagasan atau membangkitkan emosi penonton. Lebih lanjut Ruman Latief dan Yusiati Utud dalam bukunya *Siaran Televisi Non Drama* menyebutkan, Pengisi Acara adalah orang yang muncul di layar televisi dan menjadi bagian dari program diarahkan maupun tidak diarahkan dalam program siaran televisi. Pengisi acara adalah *point of view* program. Misalnya, pada program non drama seorang pembawa acara disebut juga dengan *master of ceremony* atau *host* adalah salah satu pengisi acara. Dalam program televisi yang dapat disebut sebagai pengisi acara terdiri dari: (1) program non drama (*performer, master of ceremony (MC), host, video jockey (VJ), Partisipan, dan Extras*). (2) Program Drama (*Aktor/Aktris, Figuran, Extras, Cameo, Double Body, dan Stunt Man*). (3) Program Informasi (*Presenter, Performer, Anchor, dan Reporter*) (Latief dan Utud, 2015: 97-98).

Lebih lanjut menurut John Price di dalam bukunya menjelaskan bahwa seorang *host* yang berperan sebagai *helper* digambarkan *host* yang memberi bantuan kepada peserta (dalam permainan) baik berupa tindakan memberi kata-kata bantu kepada peserta maupun menolong peserta dengan tindakan. Kemudian peran *host* sebagai *entertainer* adalah peran *hhost* untuk memberikan hiburan kepada penonton, peran memberikan hiburan dapat diartikan luas, mengingat define hiburan bagi setiap penonton berbeda namun pada sudut pandang ini hiburan berdasarkan konten program acara televisi yang telah ditentukan. Bentuk hiburan di sini antara lain unsur humor atau lelucon yang dibawakan oleh *host* serta berbagai pertunjukan yang ditampilkan oleh *host*.

Selanjutnya peran sebagai *referee* ini diperlukan dalam permainan, wasit menjadi penanda dimulai dan diakhirinya permainan. Peran ini hanya diperankan oleh seorang *host* yang dapat berlaku adil terhadap permainan. Berikutnya peran sebagai *judge* atau hakim, peran ini diberikan kepada *host* sebagai mandor atau bos yang bertanggung jawab terhadap keseluruhan permainan, bisa menjadi pengelola sumber hadiah atau bantuan kepada peserta. Merujuk pada buku yang ditulis Rusman Latief dan

Yusiatie Utud penggunaan kata yang tepat untuk menyebut *host* pada program *variety show* di mana program tersebut termasuk program non drama disebut dengan *host*. Maka, istilah presenter atau pembawa acara pada objek penelitian ini menggunakan *host*.

2. Busana

Istilah busana dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pakaian atau baju. Busana berasal dari Bahasa Sansekerta yaitu “Bhusana” dan istilah yang populer dalam bahasa Indonesia “busana” yang dapat diartikan “pakaian”. Namun, pengertian busana dan pakaian memiliki sedikit perbedaan, busana memiliki konotas “pakaian yang bagus atau indah” yaitu pakaian yang indah, nyaman dikenakan enak dipandang dan cocok dengan si pemakai, sedangkan pakaian adalah bagian dari busana itu sendiri. Di dalam produksi program acara televisi busana menjadi salah satu bagian yang penting untuk menarik perhatian penonton. Apa yang dikenakan dan dipakai oleh pengisi acara selalu menjadi perhatian utama penonton. Teori yang digunakan untuk menganalisis dari buku *Fashion, Costume, And Culture* dari Sara Pendagegarst dan Tom Pendagegarst.

3. Penampilan latar belakang (*background* atau *Setting*)

Latar belakang atau background dapat disebut juga *setting* adalah salah satu bagian yang penting. Tata Dekorasi dan panggung bagi produksi televisi menurut Alan Wurtzel dalam bukunya *Television Production* yang diterjemahkan dalam bukunya Darwanto Sastro Subroto Produksi Acara Televisi (1994: 288) menyebutkan bahwa tata dekorasi dan panggung harus di rekayasa sedemikian rupa agar bisa memenuhi fungsinya, diantaranya adalah untuk memberikan latar belakang (*background*) dan latar depan (*foreground*), dalam penataannya harus disesuaikan dengan waktu dan tempat, dengan maksud agar mampu menumbuhkan suasana yang sesuai, Untuk menunjukkan gaya yang unik dan menyatu sebab hal tersebut merupakan unsur-unsur visual yang penting.

Dekorasi dan panggung untuk produksi televisi dibuat dari beberapa element dan kemudian elemen-elemen tersebut disusun menjadi dekorasi dan panggung sesuai dengan rencananya, karena itu dalam merencanakan dekorasi dan panggung ini harus disesuaikan dengan luasnya studio, demikian pula dalam bukunya Produksi Acara Televisi (1994: 404) Darwanto Sastro Subroto menyebutkan bahwa penataan panggung dan dekorasi televisi harus disesuaikan dengan segala kebutuhan acara yang akan diproduksinya, adapun jenis jenis *setting* tersebut adalah:

a. *Setting Neutral*

Setting ini merupakan *setting* yang paling sederhana dengan menggunakan latar belakang yang sangat ekonomis hal ini menyebabkan khalayak penonton hanya akan berkonsentrasi dengan subyek dalam penataannya hanya berlatar belakang *cyclorama* atau dengan latar belakang lainnya, tetapi bisa juga menggunakan grafik dalam bentuk gambar dengan penataan lampu yang ditata khusus untuk itu.

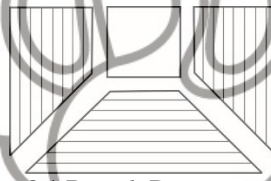
b. *Setting Realis*

Penataan direkayasa agar dapat mendekati keadaan yang sebenarnya.

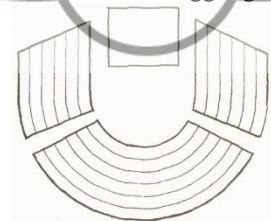
c. *Decorative Setting*

Dapat ditata dengan berbagai bentuk dan gaya, termasuk gaya yang abstraktif, *shiloutte*, *limbo*, *cameo*, dengan gaya ini akan membantu khalayak penonton mengembangkan daya imajinasinya. *Setting* pada program ini juga dilihat berdasarkan tata panggungnya. Adapun teori yang digunakan untuk melihat tata panggungnya adalah teori yang ditulis oleh Pramana Padmodaryana, bahwa ada tiga macam bentuk yaitu: (1) Bentuk arena, (2) Bentuk proscenium, dan (3) Bentuk campuran. Berikut masing-masing penjelasannya (Padmodarmaya, 1983: 35), Bentuk Arena:

Bentuk ini merupakan bentuk yang paling sederhana dibandingkan bentuk lainnya. Panggung berada di titik pusat dengan penonton mengelilingi. Ada beberapa jenis bentuk panggung Arena, antara lain: Tapal kuda dan U.



Gambar 3.1 Bentuk Panggung Arena U



Gambar 3.2 Bentuk Panggung Arena Tapal Kuda

4. *Bumper*

Meskipun hanya berdurasi tidak lebih dari 5 detik *bumper* program harus dibuat semenarik mungkin. Hal ini disebabkan *bumper* akan diputar ulang setiap pemutaran program. Intensitas pengulangan pemutaran program ini membuat penonton hafal dengan desain *bumper* program itu sendiri dan tentunya menunjukkan ciri khas dari

program itu sendiri. *Bumper* berperan sebagai perantara dari suatu program. Terdapat dua istilah *bumper* dalam tayangan suatu program acara televisi yaitu *bumper in* dan *bumper out*. *Bumper in* adalah animasi grafis sebagai penanda bahwa suatu program akan dimulai kembali setelah jeda iklan, sedangkan *bumper out* adalah Animasi grafis sebagai penanda bahwa suatu program acara televisi akan berhenti sejenak untuk jeda iklan.

Dengan demikian, kemasan sebuah program acara televisi dalam penelitian ini ditinjau dari kemasan program. Adapun klasifikasi kemasan sebagai berikut:

1. Pembawa Acara
2. Busana
3. Penampilan Latar (*Background* atau *Setting*)
4. *Bumper* program

PEMBAHASAN

Pembahasan akan dimulai dari analisis program “*Eat Bulaga! Filipina*” berdasarkan keseluruhan data yang telah dikumpulkan selanjutnya analisa data akan membuat analisis yang sama pada program “*The New Eat Bulaga! Indonesia*”. Setelah melakukan analisis pada kedua objek penelitian akan dibuat analisis persamaan dan perbedaannya. Kemudian bagian akhir bab ini akan membuat analisis alasannya terdapat persamaan dan perbedaan pada kedua objek penelitian. Analisis program disusun dari sub kategori kemasan yang dipilih pada penelitian ini, yaitu; *host*, *busana*, *setting*, dan *bumper* program.

1) *Host*

Analisa data *host* yang pertama akan menganalisis program berdasarkan metode pengambilan data yang telah dilakukan.

a. “*Eat Bulaga! Filipina*”

Pengamatan menunjukkan peran *host* sebagai *entertainer* lebih mendominasi disusul dengan *helper* dan peran lainnya. Format program yang merupakan program *variety show* memang lebih mementingkan konten yang menghibur sehingga *host* sangat dituntut untuk mampu memberikan hiburan kepada penonton. Adanya peran *helper* pada program *variety show* dikarenakan di dalamnya terdapat banyak permainan dan kuis di mana *host* bertugas pula untuk memberikan bantuan kepada penonton, bisa dalam bentuk tindakan maupun arahan dari *host*. Kemudian peran *host* lainnya, *referee*,

judge, dan *taskmaster* sudah pasti sangat dibutuhkan dalam program ini untuk membantu dalam segmen permainan atau *quiz show*. Tetapi di dalam beberapa segmen *referee* atau *judge* tidak bersasal dari *host*, mengingat bagian pada penelitian ini hanya berfokus pada *host*, maka untuk pengisi acara yang lain tidak akan dibahas .

Pengamatann yang dilakukan menunjukkan *host* memiliki unsur yang sesuai dengan teori yang digunakan. Selain itu, pengamatann juga menunjukkan bahwa *host* juga terbagi sebagai *host* utama, *co host*, *co host* tamu. Vic Sotto, Titto sotto, dan Joey De Leon berdasarkan data yang diperoleh merupakan *host* yang merintis program dari awal serta memikirkan dan menciptakan konsepnya. Program ini juga menjadikan beberapa artis lama menjadi terkenal kembali dan seperti halnya trio *host* utama tersebut *host* ini juga *identik* dengan program.

b. “*The New Eat Bulaga! Indonesia*”

Pengamatan menunjukkan bahwa program ini juga memiliki peran *host* sebagai *entertainer* yang lebih mendominasi dibandingkan peran *host* lainnya dan disusul dengan peran *host* sebagai *helper*. Seperti yang telah disebutkan pada bagian analisis *host* sebelumnya, tentu peran *host* sebagai *entertainer* paling mendominasi dikarenakan peran *host* ini menjadi bagian utama format program. Begitu pula dengan peran *host* sebagai *helper*.

Host pada program ini dituntut untuk menjadi *helper* sekaligus *entertainer* secara keseluruhan. Hal ini tentunya berkaitan dengan format program acara yang berupa *variety show*. Di dalam program ini terdapat beberapa variasi segmennya pada setiap episodenya. Rata-rata segmen-segmen tersebut berulang setiap harinya seperti pada sampel terpilih. Variasi segmen tersebut didominasi dengan permainan atau *game* baik berupa kuis maupun kompetisi. Oleh karena itu, pada setiap segmen *host* dituntut untuk menjadi *Helper* guna membantu peserta dalam permainan serta menjadi *entertainer* untuk membuat penonton tidak merasa jenuh.

Berdasarkan hal-hal tersebut dapat dikatakan *host* juga harus pandai mengolah kata, memahami situasi dan kondisi, *host* juga harus memiliki kepekaan yang tinggi terhadap rekan *host* yang lainnya untuk saling melengkapi dialognya.

Dengan kata lain teori yang digunakan untuk menganalisis *host* sesuai dengan objek yang diteliti. Di dalam program *host* memiliki kelima unsur yang disebutkan dalam teori. Selain itu berdasarkan data dan analisa data pemilihan *host* merupakan hal

yang penting, terutama untuk program yang berformat hiburan. Hal tersebut dikarenakan untuk program hiburan yang berdurasi panjang penonton akan mudah terasa jenuh apabila *host* yang dipilih tidak memenuhi harapan penonton. Persepsi hiburan bagi setiap penonton memang berbeda-beda akan tetapi pilihan menghibur yang belakangan ini dijumpai juga di program acara televisi lain adalah *host* yang bisa melontarkan kalimat candaan maupun *gimmick*.

2) Busana

Busana merupakan aspek yang tidak kalah penting dalam sebuah tayangan program acara televisi, tata busana sangat berpengaruh terhadap penonton, karena busana yang dikenakan akan memberikan kesan pada penonton mengenai *host* yang dilihat oleh mata penonton. Proses analisis pada bagian busana yang dikenakan *host* ini hampir sama dengan analisa data *host* di mana analisis akan dimulai dari program “*Eat Bulaga! Filipina*” dahulu. Data yang telah dikumpulkan sebelumnya adalah mengkategorikan busana yang dikenakan pada masing-masing program. Data tersebut selanjut akan dianalisis pada bagian ini dengan menganalisis data berdasarkan teori yang digunakan.

a. “*Eat Bulaga! Filipina*”

Busana merupakan salah satu aspek yang penting dalam sebuah program serta berpengaruh terhadap penonton. Berdasarkan tabel busana yang dikenakan *host* “*Eat Bulaga! Filipina*” lebih mendominasi kriteria busana *casual*. Busana tersebut belum termasuk variasi modanya hanya sebatas busana pokok atau mutlakanya. Busana yang dikenakan *host* beragam dan beberapa memiliki perpaduan busana yang serupa. Berdasarkan sampel objek penelitian busana yang dikenakan *host* di studio dan di luar studio dapat disimpulkan bahwa busana yang dipilih dan paling mendominasi busana pria adalah kaos dengan berbagai jenis, tentunya untuk bawahan *host* pria celana tetapi jenis celana yang mendominasi adalah celana jeans. Kemudian untuk *host* perempuan yang mendominasi adalah atasan *blouse* dan rok meskipun ada *host* yang lebih senang mengenakan busana kaos dan celana jeans. Hasil dari pengamatan pada sampel juga menemukan sepatu yang dikenakan *host* perempuan juga berbeda saat di studio contohnya Maine yang biasanya di lokasi *outdoor* mengenakan *sneaker* ketika di studio cenderung mengenakan *high heels* dan pakaian yang lebih feminim. Secara keseluruhan pemilihan busana masing-masing *host* sudah sesuai, gaya busana *casual* lebih

mendominasi daripada gaya busana formal. Meskipun ada *host* yang mengenakan kedua jenis gaya busana, busana yang dikenakan lebih mendominasi gaya busana *casual* serta kesan yang timbul tidak mempengaruhi gaya busana *casual* justru semakin memperkuat.

Demikian analisis busana pada program “*Eat Bulaga! Filipina*” yang secara garis besar dapat dibuat kesimpulan bahwa busana yang dikenakan *host* pada program ini cenderung *casual*, dan perpaduan antara gaya *casual* dengan formal atau dengan kata lain semi formal. Busana juga sudah sesuai dengan karakter masing-masing *host* serta pemakaian busananya sesuai dengan lokasi dan tema pengambilan gambar.

b. “*The New Eat Bulaga! Indonesia*”

Proses analisis yang digunakan untuk menganalisa busana program The New Eat Bulaga! Indonesia ini sama dengan proses analisis pada program Eat Bulaga Filipina. Seperti halnya program “*Eat Bulaga! Filipina*” program ini juga memiliki dua lokasi pengambilan gambar yaitu di studio dan di luar studio. Busana yang dikenakan pun juga memiliki perbedaan. Namun, busana yang mendominasi pada program ini juga busana dengan gaya *casual*.

Berdasarkan sampel objek penelitian busana yang dikenakan *host* di studio dan di luar studio tidak memiliki perbedaan yang mencolok, busana cenderung memiliki kesamaan gaya dan item busana yang serupa. Dapat disimpulkan bahwa busana yang dipilih dan paling mendominasi busana pria adalah kaos dengan berbagai jenis, tentunya untuk bawahan *host* pria celana tetapi jenis celana yang mendominasi adalah celana jeans. Kemudian untuk *host* perempuan yang mendominasi adalah atasan *blouse* dan rok meskipun ada *host* yang lebih senang mengenakan busana kaos dan celana jeans. *Host* pria yang di luar studio cenderung memadukan busananya dengan topi. Meskipun *host* yang di studio juga memadukan busananya dengan topi tetapi lebih sering *host* yang di luar studio. Hasil dari pengamatan pada sampel juga menemukan sepatu yang dikenakan *host* perempuan di studio dan di luar studio berbeda, *host* di studio cenderung menggunakan sepatu *highheels* daripada *sneaker*.

3) *Setting*

a. *Setting* Program “*Eat Bulaga! Filipina*”

Saat di studio program ini memiliki tata panggung Arena U dan di luar studio lebih mengandalkan lokasi sebenarnya. Penggunaan panggung Arena U ini untuk

mempermudah interaksi antara penonton dan *host* dimana penonton di sini dilibatkan langsung dalam permainan, sehingga panggung jenis yang paling tepat digunakan.

Kemudian berdasarkan data dekorasi panggung program ini menggunakan *decorative setting*, di mana *setting* jenis ini ada pembangunan dan penataan *setting* dengan berbagai bentuk dan gaya. *Setting* dibangun dengan bentuk panggung Arena U dan gayanya modern. Dekorasi panggung program ini terlihat fleksibel, harmonis, dan memiliki tampilan yang kontras. Fleksibel di sini penataan di atas panggungnya dapat di beri tambahan *property* seperti meja, atau *property* lainnya di segmen tertentu. Harmonis, penataan panggung secara keseluruhan saling terhubung sehingga tercipta keselarasan pada panggung program ini. *Setting* memiliki tampilan yang kontras di mana warna dasar keseluruhan panggung memperlihatkan perbandingan yang nyata. Setelah dilakukan analisis *setting* pada program “*Eat Bulaga! Filipina*” memiliki kesesuaian dengan teori Art Silverbalt, dimana *setting* program acara televisi terdiri dari tiga unsur yakni *The Geographical Location*, *The Physical Arrangement*, dan *The Time Period*. Ke tiga unsur tersebut ditunjukkan di mana *geographical location*nya di Filipina, *the physical arrangement* (tata letak) di dalam studio dan di luar (di daerah) dengan panggung berbentuk arena U, dan *the time period* (waktu) jam 12 siang waktu Filipina. Lebih lanjut dekorasi *setting* ini termasuk jenis *decorative setting* seperti yang telah dijelaskan di paragraf sebelumnya.

b. *Setting* program “*The New Eat Bulaga! Indonesia*”

Saat di studio program ini memiliki tata panggung Arena Tapal Kuda dan di luar studio lebih mengandalkan lokasi sebenarnya. Penggunaan panggung Arena Tapal Kuda, panggung arena juga paling cocok digunakan pada program ini, dikarenakan interaksi dengan penonton juga menjadi lebih dekat. Arena tapal kuda memiliki bentuk panggung dengan bentuk podium penontonnya membentuk setengah lingkaran seperti tapal kuda.

Screenshot tersebut merupakan contoh tampilan panggung pada program “*Eat Bulaga! Filipina*”, terlihat penonton mengelilingi panggung dengan podium penonton sedikit melengkung seperti setengah lingkaran. Hal ini sesuai dengan kriteria panggung Arena tapal kuda, dimana penonton berada di depan panggung dengan bentuk setengah lingkaran ke sisi panggung. Penonton memeriahkan semakin menambah kemeriahan program.

Berdasarkan data dekorasi panggung program ini menggunakan *decorative setting*, di mana *setting* jenis ini ada pembangunan dan penataan *setting* dengan berbagai bentuk dan gaya. *Setting* dibangun dengan bentuk panggung Arena tapal kuda dan gayanya modern. Dekorasi panggung program ini terlihat fleksibel, harmonis, dan memiliki tampilan yang kontras. Fleksibel di sini penataan di atas panggungnya dapat di beri tambahan *property* seperti meja, atau *property* lainnya di segmen tertentu. Harmonis, penataan panggung secara keseluruhan saling terhubung sehingga tercipta keselarasan pada panggung program ini. *Setting* memiliki tampilan yang kontras di mana warna dasar keseluruhan panggung memperlihatkan perbandingan yang nyata. Setelah dilakukan analisis *setting* pada program “*The New Eat Bulaga! Indonesia*” juga memiliki kesesuaian dengan teori Art Silverbalt, di mana *setting* program acara televisi terdiri dari tiga unsur yakni *The Geographical Location*, *The Physical Arrangement*, dan *The Time Period*. Ke tiga unsur tersebut ditunjukkan data di mana *geographical location*nya di Indonesia, *the physical arrangement* (tata letak) di dalam studio dan di luar (di daerah) dengan panggung berbentuk arena tapal kuda, dan *the time period* (waktu) jam 8 pagi waktu Indonesia.

4) *Bumper*

Bumper digunakan untuk menarik perhatian penonton. *Bumper* program televisi termasuk pada bagian grafika. *Bumper* pada penelitian ini juga diamati berdasarkan teori unsur rupa yang ditulis Dharsono.

a. “*Eat Bulaga! Filipina*”

Bumper in dan *out* program “*Eat Bulaga! Filipina*” cenderung sama hanya saja pada salah satu sampel *bumper in* programnya menggunakan dasar gambar yang terhubung langsung dengan lokasi shootingnya. Latar *bumper* memiliki *value/tone* yang lebih terang, sedang, dan gelap. Selain itu, gambar juga membentuk kombinasi tekstur halus dengan sedang sehingga bagian tengah *bumper* terlihat lebih mendominasi. Raut bidang bebas yang apabila diperhatikan membentuk huruf E, bagian bidangnya berhadap-hadapan. Selanjutnya warna yang dipilih juga warna merah dan kuning yang memberi kesan kuat, berani, kegembiraan, dan kemeriahan dengan bayangan dibagian belakangnya yang bercampur ke bagian bidang lingkarannya. *Bumper* yang memiliki beberapa pencampuran warna biru, kuning, putih dan hitam. Bagian bawah ini juga menunjukkan pencampuran tekstur kasar dan halus di bagian atasnya yang membuat bagian tengah lingkarannya menjadi lebih mendominasi.



Gambar 1.1 Bumper “Eat Bulaga! Filipina”

b. “The New Eat Bulaga! Indonesia”

Bumper in dan out program memiliki warna biru, biru tua, abu-abu muda, abu-abu tua, merah, kuning, dan merah muda. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya masing-masing warna memiliki karakter atau kesan yang melambangkan makan tertentu. Warna-warna yang mendominasi *bumper* program ini selaras dengan warna-warna pada *settingnya*. Hanya terdapat tambahan warna biru tua, abu-abu muda, dan abu-abu tua. Bagian dasar dari *bumper* menggunakan warna biru yang memberi kesan ketenangan, kecerahan, dan kemurahan hati. Huruf E yang melambangkan inisial nama program, serta menggunakan warna merah dan kuning yang masing-masing memiliki kesan kuat, berani, dan kegembiraan maupun kemeriahan. Bagian atas terdapat tulisan “The New” dikarenakan program pernah diproduksi sebelumnya tujuan penambahannya untuk menunjukkan hal baru dari program itu sendiri. “Eat Bulaga!” yang menunjukkan identitas program serta menunjukkan bahwa program merupakan program *franchise* dan di bagian bawah “Indonesia” menunjukkan lokasi program ditayangkan di Indonesia atau dibuat *franchisenya* di Indonesia.



Gambar 1.2 Bumper “The New Eat Bulaga! Indonesia”

Bumper memiliki bentuk yang menempati ruang serta memiliki kombinasi warna baik warna primer maupun sekunder dan warna yang lebih terang maupun lebih gelap, memiliki jumlah ukuran, serta memiliki arah.

Berikut ini adalah persamaan dan perbedaan dari analisa data program “The New Eat Bulaga! Indonesia” dan “Eat Bulaga! Filipina”:

1. Persamaan

Tabel 4.11 Persamaan Program

Elemen Kemasan	Persamaan
<i>Host</i>	Sama-sama memiliki jumlah <i>host</i> yang banyak
	Sama-sama memiliki karakter <i>taskmaster</i>
	Sama-sama memiliki 3 <i>host</i> utama yang menjadi ciri khas program
<i>Busana</i>	Sama-sama mengenakan busana era millennium
	<i>Host</i> sama-sama mengenakan pakaian sehari-hari yang sedang tren
	Memiliki gaya berbusana yang sama
<i>Setting</i>	Sama-sama menggunakan dua lokasi
	Lokasi <i>outdoor</i> sama-sama memilih lokasi perkampungan
	Dekorasi di studio sama-sama memiliki dua panggung, 1 panggung utama dan 1 panggung kecil di depan podium penonton
	Dekorasi sama-sama menggunakan 3 LED sedang di bagian belakan
	Panggung utama sama-sama bisa ditata ulang untuk segmen yang lainnya
<i>Bumper</i>	Sama-sama memiliki inisial “E” ditengah lingkarannya
	Tulisan nama program sama-sama menggunakan warna abu-abu dengan <i>tone</i> terang dan gelap
	Penampilan <i>bumper</i> sama-sama memiliki 3 bagian, bagian dasar atas, bagian dasar bawah, dan lingkaran dengan nama program di bagian tengah

2. Perbedaannya

Tabel 4.12 Perbedaan Program

Elemen Kemasan	Perbedaannya
<i>Host</i>	Program “ <i>The New Eat Bulaga! Indonesia</i> ” tidak memiliki <i>host</i> anak kecil sedangkan di <i>Eat Bulaga!</i> Memiliki <i>host</i> anak kecil
	Jumlah <i>host</i> sama namun di program “ <i>The New Eat Bulaga! Indonesia</i> ” tidak semua muncul di sampel sedangkan di “ <i>Eat Bulaga! Filipina</i> ” hampir semua <i>host</i> ada
<i>Busana</i>	Busana program “ <i>The New Eat Bulaga! Indonesia</i> ” memiliki <i>host</i> yang berhijab sedangkan di program “ <i>Eat Bulaga! Filipina</i> ” <i>Eat Bulaga!</i> tidak
	Busana program “ <i>Eat Bulaga! Filipina</i> ” lebih terkonsep dibandingkan program “ <i>The New Eat Bulaga! Indonesia</i> ”
<i>Setting</i>	Program “ <i>The New Eat Bulaga! Indonesia</i> ” lebih variatif dekorasinya dibandingkan dengan program “ <i>Eat Bulaga! Filipina</i> ” yang cenderung lebih monoton
	Program “ <i>The New Eat Bulaga! Indonesia</i> ” memiliki penampilan bentuk panggung yang berbeda dengan program “ <i>Eat Bulaga! Filipina</i> ”
<i>Bumper</i>	Warna dasar yang digunakan pada kedua program ini memiliki perbedaan “ <i>The New Eat Bulaga! Indonesia</i> ” cenderung memiliki warna dominan biru sedangkan “ <i>Eat Bulaga! Filipina</i> ” lebih dominan warna Ungu

Alasan persamaan Program “*Eat Bulaga! Filipina*” merupakan pihak *franchisor* atau pihak yang mem-franchise-kan programnya sedangkan program “*The New Eat Bulaga! Indonesia*” merupakan pihak *franchisee* atau pihak yang membeli program dari *franchisor*. Secara legal “*The New Eat Bulaga! Indonesia*” menjadi mitra kerja program “*Eat Bulaga! Filipina*”. Sebagai mitra kerja tentu “*The New Eat Bulaga! Indonesia*” mendapat dukungan dan bantuan dari “*Eat Bulaga! Filipina*”. Konsep *franchise* merupakan konsep bisnis tentu saja diperlukan perjanjian-perjanjian yang disepakati

oleh kedua program dalam pelaksanaannya sehingga sama sekali tidak menutup kemungkinan keseluruhan bentuk program memiliki kesamaan.

Alasan perbedaannya, meskipun “*The New Eat Bulaga! Indonesia*” termasuk kategori program *franchise* tetap perlu menyesuaikan dengan situasi, kondisi, dan budaya masyarakat Indonesia. Oleh sebab itu, terdapat beberapa perbedaan yang terlihat pada kedua program ini.

KESIMPULAN

Secara garis besar konsep kedua program terlihat sama yakni program *variety show* dengan ragam kuis dan permainan, serta program hiburan yang juga berbagi hadiah kepada penonton di studio dan di lokasi *shooting* di luar studio. “*The New Eat Bulaga! Indonesia*” merupakan program acara *franchise* resmi dari “*Eat Bulaga! Filipina*”. Program acara televisi tersebut membeli format dengan perjanjian-perjanjian tertentu yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, artinya “*The New Eat Bulaga! Indonesia*” bukan merupakan program ATM (amati tiru dan manipulasi). Segala hal yang ditayangkan dalam program “*The New Eat Bulaga! Indonesia*” telah mencapai kesepakatan tertentu termasuk di dalamnya memuat isi kemasan program acara televisi. Kemasan dapat dilihat dari: pengisi acara atau *host*, busana yang dikenakan, *setting*, dan *bumper* berdasarkan buku yang ditulis oleh Morissan. Beberapa teori pendukung digunakan untuk membaca data tersebut, ditemukan bahwa *host* kedua program acara televisi ini banyak yang berperan sebagai *entertainer*, *helper*, dan *taskmaster*. Masing-masing peran *host* ini sesuai dengan konten program yang bersifat hiburan. Kemudian busana yang dikenakan pada kedua objek ini sama-sama lebih dominan mengenakan busana dengan gaya *casual*. *Setting* pada kedua objek penelitian ini juga sama yakni membuat konsep shooting di studio dan di luar studio. Kesamaan lainnya pada *bumper* yang memiliki elemen kemasan yang sama.

Di sisi lain program ini juga memiliki beberapa perbedaan pada masing-masing elemen kemasannya. *Host* memiliki perbedaan pada jumlahnya, dimana “*Eat Bulaga! Filipina*” jauh lebih banyak dibandingkan dengan “*The New Eat Bulaga! Indonesia*”. Busana yang dikenakan juga memiliki perbedaan pada item busana yang dikenakannya, busana di “*Eat Bulaga! Filipina*” terlihat memadukan busana *casual* dengan busana formal. Kemudian *setting* juga berbeda pada bentuk panggungnya,

dimana “Eat Bulaga!Filipina” berbentuk Arena U dan “The New Eat Bulaga!Indonesia” berbentuk arena tapal kuda.*Bumper* juga memiliki perbedaan warna dasarnya, di “Eat Bulaga!Filipina” berwarna ungu, dan di “The New Eat Bulaga!Indonesia” berwarna biru.

Alasan persamaannya sudah jelas dikarenakan “The New Eat Bulaga! Indonesia” membeli format program “Eat Bulaga! Filipina”.Kemudian alasan perbedaannya dikarenakan adanya pembacaan lokal dari “The New Eat Bulaga! Indonesia” yang menyesuaikan penonton Indonesia, misalnya pada perubahan nama segmennya dari bahasa Filipina ke bahasa Indonesia. Selain itu, perbedaan juga disebabkan oleh program “The New Eat Bulaga! Indonesia” yang harus memperbaharui konsepnya agar terlihat baru mengingat program ini pernah dibeli format oleh SCTV dengan nama “Eat Bulaga! Indonesia.



Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Ekotomo, Suryono. *Jurus Jitu Memilih Bisnis Franchise*. Yogyakarta: Citra Media, 2010.
- Fachruddin, Andi. *Cara Kreatif Memproduksi Progrsm Acara Televisi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015.
- Latief, Rusman dan Yusiatie Utud. *Siaran Televisi Non Drama*. Jakarta Group Pernadamedia, 2015.
- Morissan. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: kencana Prenada Media Group: 2011.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.
- Padmodarmaya, Pramana. *Tata dan Teknik Pentas*. Jakarta: Balai Pustaka, 1988.
- Poespo, Goet. *A to Z Istilah Fashion*. Jakarata: Gramedia Pustaka, 2008.
- Straubhaar, Joseph D. *World Television: From Global To Local*. United State of America: Sage Publications. 2007
- Subroto, Darwanto Sastro. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Wibowo, Fred. *Teknik Produksi Program Televisi*. Jakarta: Pinus Book Publisher, 2007.

Daftar Skripsi

- Rahmawati, Handini. *Studi Komparasi Variety show “Dahsyat” RCTI dan “INBOX” SCTV ditinjau dari Format Penyajiannya (Periode Maret 2013), 2014.*
- Ivana, Maryati. *Analisis Repacking Program Kuis Famili 100 Menjadi Kuis Super Family (Studi Komparasi Program Kuis Family 100 Dengan Kuis Super Family), 2012*

Sumber Jurnal

- Priscilla Cecille Shahnaz mahasiswi bidang Ilmu Komunikasi Pemasaran peminatan *Broadcasting* Universitas Bina Nusantara dengan judul Analisis Strategi Programming “The New Eat Bulaga! Indonesia” Di ANTV (Periode Maret-April 2015). 2015

Daftar Sumber Online

1. <https://www.eatbulaga.com/front/program> diakses pada tanggal 21 Agustus 2016 pukul 10:40

2. <http://antv.com> diakses pada tanggal 31 agustus 2016 pukul 10:30
3. [http://althistory.wikia.com/wiki/Eat_Bulaga!_Indonesia_\(21st_Century_Crisis\)](http://althistory.wikia.com/wiki/Eat_Bulaga!_Indonesia_(21st_Century_Crisis))
diakses pada tanggal 9 Juli 2018

Daftar Sumber Audiovisual

1. Official Account Youtube ANTV, “The New Eat Bulaga! Indonesia”
2. Official Account program Eat Bulaga! Filipina, “Eat Bulaga! Filipina”

